

Cultureel Kapitaal

playbook voor ondervertegenwoordigde ondernemers

Sector

Ondernemerschap

Categorie

Merkontwikkeling & Onderscheiding

Tijdsduur

4-6 weken

Leerdoelen



- Begrijpen hoe cultureel erfgoed kan worden ingezet als bedrijfsmiddel.
- Leren hoe je culturele elementen integreert in merkidentiteit en storytelling.
- Strategieën ontwikkelen om doelgroepen bewust te maken van culturele waarde.
- Vertrouwen opbouwen in het presenteren van culturele relevantie in marketing en pitches.
- Een duurzaam merkverhaal creëren dat resoneert met diverse gemeenschappen.

Benodigd materiaal



- Werkblad voor cultureel merktenken
- Casestudy's van cultureel gedreven merken
- Gids voor storytelling en marketingstrategie
- Pitchdeck-sjabloon met culturele elementen
- Framework voor educatie van doelgroepen

Omschrijving van de activiteit



Deelnemers onderzoeken hoe hun culturele achtergrond een concurrentievoordeel kan zijn. De sessie behandelt cultureel kapitaal in branding, differentiatie en klantbetrokkenheid. Ze integreren culturele elementen in marketing en storytelling en krijgen feedback via peer-presentaties.

Geschied voor:

Ondervertegenwoordigde startup-oprichters, ondernemers, professionals

Richtlijnen voor de begeleider



- Introduceer cultureel kapitaal en merkonderscheiding.
- Help bij het identificeren van unieke culturele elementen.
- Stimuleer integratie in communicatie en design.
- Leer technieken om doelgroepen cultureel te onderwijzen.
- Geef feedback op merkverhalen en promotiemateriaal.

Instructies voor deelnemers



- Identificeer unieke culturele elementen van je merk.
- Integreer ze in product, marketing of storytelling.
- Leg je doelgroep het culturele belang uit.
- Benadruk culturele waarde in pitches en communicatie.
- Verfijn je merkstrategie op basis van feedback.

Evaluatie en Reflectie



- Welke uitdagingen had je bij het verwerken van culturele elementen?
- Hoe beïnvloedde feedback jouw merkverhaal?
- Welke inzichten kreeg je over betrokkenheid en educatie?
- Hoe zeker voel je je in het inzetten van cultureel kapitaal?
- Wat zijn je volgende stappen voor merkversterking?

Achtergrondliteratuur



- The Power of Culture in Branding – Douglas Holt
- Branding with Authenticity – Debbie Millman
- Building a StoryBrand – Donald Miller
- Casestudy's van cultureel gedreven bedrijven

Stapsgewijs:



1. Identificeer culturele kenmerken die jouw merk onderscheiden.
2. Verwerk die in product, marketing of verhaal.
3. Leg het culturele belang uit aan je doelgroep
4. Gebruik het in je pitch en communicatie.



Co-funded by
the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. The author is solely responsible for this publication (communication) and the Commission accepts no responsibility for any use that may be made of the information contained therein. In compliance with the new GDPR framework, please note that the Partnership will only process your personal data in the sole interest and purpose of the project and without any prejudice to your rights.

Functie:

Zet je culturele achtergrond in als kracht binnen je onderneming.